

Innovación: modelos, tendencias y visiones en información

Por **Pablo Lara-Navarra**

Lara-Navarra, Pablo. "Innovación: modelos, tendencias y visiones en información".
Anuario ThinkEPI, 2010, v. 4, pp. 11-15



Resumen: Se trata la innovación como una continua necesidad de mejora y de adecuarse a los cambios, e incluso adelantarse a ellos, para mantener o aumentar la ventaja competitiva sobre los que realizan actividades similares a las nuestras. Se comentan los enfoques analítico e interpretativo de la innovación, y se exponen los principios de innovación cerrada y abierta. Ésta última sigue la tendencia actual 2.0 de compartir y ser transparentes para obtener beneficios de imagen ante los clientes y usuarios. Los profesionales de la información están en una posición óptima, tanto para innovar en su trabajo como para ayudar a hacerlo a los demás, pero su tradicional posición conservadora de materiales y normativas les obliga a guardar un equilibrio.

Palabras clave: Innovación, Modelos, Ventaja competitiva, Profesionales de la información, Equilibrio, Tendencias.

Title: *Innovation: patterns, trends and insights into information*

Abstract: *Innovation is a continuous need to improve and to adapt to changes, and even anticipate them, to maintain or increase competitive advantage over those with activities similar to ours. Analytical and interpretive approaches to innovation are commented, and the principles of closed and open innovation are set out. The latter follows the current trend 2.0 of sharing and being transparent in order to benefit from present a good image to clients and users. Information professionals are in a unique position both to innovate in their work and to help others do so, but their traditional conservative position of preserving materials and following strict standards requires them to maintain a certain balance.*

Keywords: *Innovation, Models, Competitive advantage, Information professionals, Balance, Trade-off, Trends.*

LA INNOVACIÓN ES UN ELEMENTO BÁSICO para cualquier actividad profesional. Si se tratara de un componente para generar un medicamento, se podría afirmar que la innovación es el principio activo más codiciado para crear un compuesto que ayude a mantener saludable una organización.

En consecuencia, la innovación se ha convertido en un proceso estratégico para mejorar la eficacia y eficiencia de una organización.

Reflexiones para innovar

Antes de entrar de lleno en los diferentes modelos de innovación, tendencias y visiones

en información, es necesario preguntarse si existe motivación alguna para realizar cambios en los perfiles del profesional de información, desde su espacio de trabajo (centros de documentación, bibliotecas, hemerotecas...) pasando por los planteamientos estratégicos, ya sea a nivel político, económico, social... hasta determinar nuevas competencias profesionales. Si la respuesta es afirmativa, un primer paso sería identificar estos elementos para dirigir los esfuerzos de innovación, ya que son requisitos en la gestión de la innovación focalizar y persistir en el rumbo para provocar el cambio. En este punto, es necesario advertir que innovación no es sinónimo de idea de rápida y fácil aplicación, sino de reflexión, y de vencer

reticencias y resistencias al cambio con un alto grado de esfuerzo.



Un ejemplo de escenario donde concentrar la innovación podría ser el binomio tecnología y profesión de la información. Por un lado la profesión ha vivido convulsiones con la entrada de las TICs. La tecnología ha producido un cambio sustancial en el desempeño profesional ocasionando, en ciertos momentos, fuertes tensiones en la adaptación al nuevo entorno informático, y provocando la inclusión tardía de competencias tecnológicas en los currículums profesionales. Por otro lado, es visible que la estrategia de la integración de TICs se ha centrado en la mejora de la productividad o servicio, es decir, mejora de acceso a los catálogos colectivos, servicios de adquisición, difusión selectiva, etc., y se hallan pocos casos del uso de una estrategia tecnológica para realizar un cambio radical de entender el conocimiento basado en tecnología. Por tanto, un primer campo exploratorio para innovar es el propio perfil profesional o, en términos actuales, la identidad digital del profesional de la información.

A partir de esta idea, la innovación en el campo de la documentación e información, puede

SCIPEDIA

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark



Los techno-booths han tenido mucho éxito en la Bournemouth University Library. La planta cero está equipada para el trabajo en grupo. Véase vídeo corto en: <http://www.youtube.com/watch?v=510fcXiJQHY>

abarcas cualquier parcela del ámbito profesional. En consecuencia, se pueden introducir elementos de innovación en todos los procesos de gestión de información y documentación.

Una posible acción para apoyar estos cambios en la innovación, es ayudar a sobrepasar problemas clásicos o recurrentes, por ejemplo, biblioteca igual a colección de libros. Atesorar una colección de documentos no es el principal y único valor de una biblioteca del siglo XXI, pero sí el diseñar o establecer relaciones (semántica, visual, profesional, social...) entre el conocimiento y los usuarios, sea cual sea el soporte.

Otro elemento posible a tener en cuenta es que la tecnología no sólo sirve para mejorar la productividad o eficiencia del día a día profesional, sino que debe ser el escaparate del saber hacer profesional, convirtiéndola en un lenguaje más para llegar al usuario, permitiendo una biodiversidad, más allá de la usabilidad y accesibilidad.

Por último, indicar que la introducción de TICs como factor de cambio no debe caer en errores típicos y tópicos, la tecnología no significa eliminar sino sumar. Por tanto, la tecnología no es sustitutiva sino complementaria. La innovación necesita de un espacio para el cambio, ya sea desde la tecnología o simplemente estableciendo nuevas formas de contemplar la realidad.

Establecido que la innovación es aplicable a cualquier elemento de la organización desde un proceso a un concepto, el siguiente paso es determinar el modelo de innovación aplicable a

El *enfoque analítico* supone que la organización establece la innovación como objetivo a través de la generación de proyectos. Es una innovación orientada a la solución de problemas con una clara definición del inicio y el final del proceso. Bajo esta perspectiva, la innovación se consolida en la propia organización que la sustenta. Se trata de un proceso sistemático y planificado y muy vinculado a los resultados derivados de la investigación. De hecho, la innovación es el último eslabón de la cadena de I+D+i.

Durante mucho tiempo, la innovación se ha conceptualizado como una actividad derivada de la investigación. Se considera que los resultados de la investigación pueden ser transferidos y son fuente básica para la innovación. En los últimos años, este enfoque ha empezado a cuestionarse ya que existen otras formas de entender el proceso de innovación y su relación con la investigación a partir de flujos más abiertos entre los diferentes procesos. Además, la innovación se percibe cada vez más como fuente de datos para la investigación y por tanto la relación entre ambos procesos es mucho más bidireccional.

El *enfoque interpretativo* enfatiza más la importancia de la innovación en el proceso que en el producto. No hay un punto de inicio y final claramente definido ya que es muy dinámica. En este enfoque, los fines y los medios no se distinguen de una forma clara y es muy importante la creación de buenas redes de comunicación que se producen más allá de la propia organización y la conectan con el entorno.

Este enfoque interpretativo está relacionado con el concepto de *innovación abierta* desarrollado por Chesbrough (2003). La idea central de la innovación abierta es que en un mundo en el que el conocimiento está distribuido, las organizaciones no pueden desarrollar de forma exclusiva su propia investigación ni su propio sistema de innovación. Sin embargo, lo que sí pueden hacer es utilizar innovaciones de otras organizaciones. Las ideas valiosas pueden provenir de múltiples fuentes, desde dentro y fuera de la

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

Modelos de innovación

A partir de diversas investigaciones sobre los modelos de innovación (Gros; Lara, 2009) en el ámbito empresarial y universitario (Lester; Piore, 2004), consideran que podemos encontrar dos metodologías diferentes de innovación: analítica e interpretativa (ver tabla 1).

Enfoque analítico	Enfoque interpretativo
El foco central es el proyecto con un inicio y un final bien definido.	El foco central es el proceso en el que no hay unos inicios y finales claramente definidos
La gestión se centra en la consecución de las metas	La gestión se centra en la dirección del proceso
Los gestores negocian a través de reuniones el producto final para eliminar ambigüedad	Los gestores gestionan la ambigüedad a través de reuniones con los diversos participantes
El diseño se basa en estudios previos sobre los usuarios	El diseño interpreta lo que los usuarios quieren y crea necesidades
Los objetivos y los medios están claramente diferenciados	Los objetivos y los medios no están claramente diferenciados

Tabla 1. Cuadro comparativo de los enfoques analítico e interpretativo según Lester-Piore (2004, p. 97).

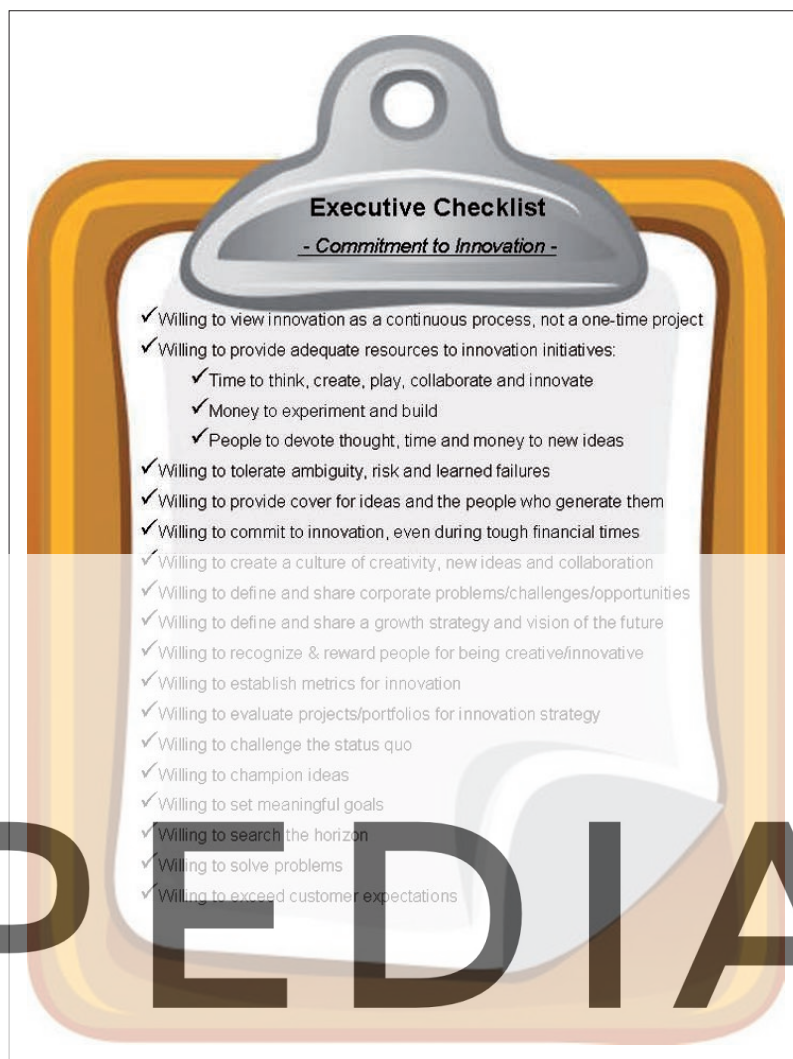
organización, y pueden convertirse en producto también dentro o fuera del sistema en el que han sido generadas. Además, las invenciones internas que no se pueden explotar en la organización, pueden ser externalizadas para que otras organizaciones las aprovechen. De este modo, mientras que la innovación cerrada limita el uso del conocimiento interno a la propia organización sin dejar que éste sea utilizado por otros, la innovación abierta crea un flujo de comunicación constante entre el interior y el exterior de la organización.

Un ejemplo destacado en la mayoría de la bibliografía sobre innovación abierta hace referencia a las comunidades de código abierto (*open source*). La aportación básica de esta comunidad es que pone a disposición pública el código fuente de un determinado programa informático, que puede ser reutilizado, modificado y, por supuesto, mejorado.

Detrás del código abierto hay una idea relativamente sencilla; cuando los programadores en internet pueden leer, modificar y redistribuir el código fuente de un programa, éste evoluciona, se desarrolla y mejora. Los usuarios son capaces de adaptarlo a sus necesidades, se detectan y solucionan los errores, los bugs y las aplicaciones acaban teniendo, en definitiva, una mejor calidad que la mayoría del software convencional.

En el modelo de innovación abierta se considera que la innovación se encuentra, en gran medida, en los espacios fronterizos entre distintas disciplinas del saber. Por ello, es importante permitir el flujo de las ideas para dejar paso a visiones diversificadas y promover la participación de diferentes profesionales.

En síntesis, el modelo de innovación abierta (ver tabla 2) precisa una perspectiva diferente de gestión y organización ya que incorpora la cooperación como elemento básico de trabajo. En este sentido, las culturas que promueven la confianza y la cooperación están mucho mejor preparadas para la innovación.



Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

Compromisos de innovación, <http://thinkforchange.com/>

Principios de innovación cerrada	Principios de innovación abierta
Los mejores trabajadores están dentro de nuestra institución.	No todos los mejores están en nuestra institución. Por tanto, es necesario trabajar con personas de otras instituciones.
La investigación y el desarrollo se hacen dentro de la organización.	La investigación y el desarrollo con otras instituciones puede crear un elemento de valor importante
La empresa que introduce una innovación en el mercado es la primera que gana.	Crear un buen modelo de empresa es mejor que introducir un producto novedoso
Hay que controlar la innovación para que los competidores no copien las ideas	Si hay buenas ideas y se comunican, la empresa se sitúa mejor

Tabla 2. Cuadro comparativo de los modelos de innovación basado en Chesbrough (2006).

Tendencias

En el presente anuario se describen algunas de las tendencias tecnológicas del momento tales como información móvil, información y computación en la nube, geolocalización, pantallas táctiles, dispositivos con detección de movimiento mediante giróscopos, uso de la voz y de los gestos para interaccionar con el ordenador y la domótica, realidad aumentada, 3D, etc. Estas tecnologías dan lugar a un marco ilimitado para experimentar e innovar.



En toda innovación se asumen riesgos, pero sin probar no se progresa, <http://www.furniturestoreblog.com/>

El profesional de la información debe ser permeable a los avances y actuar en consonancia con ellos. Tradicionalmente acostumbrado a la aplicación de normativa y reglas estrictas en su trabajo, y a una actitud más bien pasiva, ahora se le exige un esfuerzo mucho mayor de lo habitual para que sienta curiosidad por lo desconocido y se sienta atraído y cómodo en los procesos de innovación.

Se necesita un sabio equilibrio entre la conservación y los procesos tradicionales, y el placer de ensayar y mejorar sacando partido de las tecnologías. Hay que ser autodidactas.

Visiones

El modelo de información que actualmente se está trabajando evolucionará en los próximos años a una nueva concepción que hace que el profesional de la información esté más atento que nunca para entender cómo la sociedad quiere adquirir el conocimiento que va más allá de una biblioteca, una web o una información para un dispositivo móvil.

Con la evolución tecnológica actual, se podría

imaginar una biblioteca donde alternan estantes presenciales con libros y pantallas que imitan esos estantes llenos de libros virtuales, que con acciones de movimiento salen de las pantallas y se introducen en dispositivos de tinta electrónica, móviles, portátiles... Un espacio donde se pueden ver la relaciones entre los libros y las personas a través de visualización de redes y cómo los usuarios pueden dejar anotaciones virtuales en libros físicos sin tener que dañarlos.

Actualmente casi todas las visiones que se plantean están resueltas tecnológicamente: sólo necesitan de innovación para llevarlas a cabo.

Bibliografía

Forum innovación

<http://www.innovauoc.org/foruminnovacio/es/>

Barad, Sasha A.; Kirshner, David. "Rethinking methodology in the learning sciences. *Journal of the learning sciences*, 2001, v. 10, n. 1-2, pp. 1-14.

Barnett, Ronald. *Los límites de la competencia. El conocimiento, la educación superior y la sociedad.* Barcelona: Gedisa, 2001.

Chesbrough, Henry. *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology.* Boston: Harvard Business School Press, 2003.

Drucker, Peter. *Innovation and entrepreneurship.* Nueva York: Harper & Row, 1985.

Gros-Salvat, Begoña; Lara-Navarra, Pablo. "Estrategias de innovación en la educación superior: el caso de la Universitat Oberta de Catalunya". *Revista iberoamericana de educación*, 2009, n. 49, pp. 223-245.

Hannan, Andrew; Silver, Harold. *La innovación en la enseñanza superior.* Madrid: Narcea, 2005.

Himanen, Pekka. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información.* Barcelona: Destino, 2002.

Larrea, José-Luis. *El desafío de la innovación.* Barcelona: UOC, 2006.

Lester, Richard; Piore, Michael. *Innovation: the missing dimension.* Cambridge, MA: Harvard University Press, 2004.

Open innovation: researching a new paradigm. Oxford: Oxford University Press, 2006.

Ridderstrale, Jonas; Nordström, Kjell. *Funky business.* Madrid: Prentice-Hall, 2006.

Pablo Lara-Navarra es director de Innovación y profesor de Ciencias de la Información y la Comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Tibidabo, 47. 08018 Barcelona.

plara@uoc.edu, <http://www.uoc.edu>

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

doc6 en 30 segundos

Nuestra misión

Contribuir a aumentar la eficiencia de empresas y organizaciones a través de una eficaz gestión de la información y el conocimiento.

La empresa

Creada en 1988. Le aportamos más de 20 años de experiencia.

- Consultoría en gestión documental, de la información y del conocimiento
- Sistemas de Gestión Documental: mapas documentales, cuadros de clasificación de archivos, concreción de funcionales, etc.
- Intranets, Extranets. Arquitectura y usabilidad web. Taxonomías
- Servicios profesionales adecuados a cada necesidad
- Soluciones en gestión documental
- Recursos electrónicos de información. Representante en España de OCLC
- Formación personalizada

Nuestros seis valores

- La excelencia en calidad
- La innovación permanente
- Cooperación y trabajo en equipo
- Profesionalidad y honestidad. Confidencialidad
- Independencia
- La responsabilidad social que se deriva de nuestra actividad

SCIPEDIA

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

Los clientes

El principal activo de la empresa, junto con sus empleados.
Más de 1000 clientes: empresas, laboratorios, administraciones públicas, universidades, hospitales, bufetes de abogados, museos, fundaciones, colegios profesionales.

Nuestros profesionales

Un equipo de más de 100 profesionales.
Una eficaz suma de conocimientos: informáticos y documentalistas con experiencia.
El 90% son licenciados superiores o diplomados en informática o documentación.



doc 6 S.A. dispone de la etiqueta **EUREKA de I+D** para el proyecto COGNOS (n. 2734) de metodología para el desarrollo de mapas del conocimiento en las organizaciones.



doc 6 ha obtenido la **Certificación ISO 9001** otorgada por Bureau Veritas Quality International (BVQI) con las acreditaciones ENAC (España) y UKAS (Reino Unido) para sus Centros de Barcelona y Madrid.

doc 6
consultores en recursos de información

Mallorca, 272, planta 3 - 08037 Barcelona • Tel. 932 154 313 Fax 934 883 621
Orense, 14, 5º A - 28020 Madrid • Tel 915 535 207 Fax 915 346 112

mail@doc6.es - www.doc6.es